Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 8270333
Centre d'intérêt: 62

Pinard, Diane.

Réflexions sur la recherche à Multi-media / Diane Pinard, Robert Saucier, Nicole Stafford ; [pour le] Service Etudes et projets. -- [Québec : Direction générale de l'éducation des adultes], 1979.
20 f. ; 28 cm.

Cote Dewey: 374.9714/P646r Cote LC: LC/5254.2/.03

Descripteur(s): *Programme de formation *Evaluation de programmes *Clientèle *Idéologie *Participation *Recherche *Education des adultes

Identificateur(s) de nom: *Multi-média (Projet)

Au moment de mettre le point final à leur expérience au sein du Service de recherche et d'évaluation de Multi-média, trois agents de recherche font le bilan de ce projet. Les aspects positifs, réels ou escomptés, de Multi-média ayant été maintes fois vantés, ils ont choisi de mettre en évidence quelques faiblesses fondamentales qui ont miné les chances de succès de ce projet, plus particulièrement en ce qui a trait à l'utilisation qu'on y a fait de la recherche. Des chapitres portent également sur l'idéologie éducative, la clientèle, l'animation, le contenu de l'activité éducative, l'intervention par les médias, la participation et l'aspect administratif.

Type de document: r
Auteur de l'analyse: fr

E D U Q 8270333

REFLEXIONS SUR LA RECHERCHE A MULTI-MEDIA

Diane Pinard
Robert Saucier
Nicole Stafford

préparé pour diffusion
par Robert Saucier
Service Études et Projets
Mai 1979

E D U Q 8270333

REFLEXIONS SUR LA RECHERCHE A MULTI-MEDIA

Diane Pirard
Robert Saucier
Nicole Stafford

préparé pour diffusion
par Robert Saucier
Service Etudes et Projets
Mai 1979

TABLE DES MATIERES

	Pages
1. - L'idéologie éducative	1
2. - La clientèle	4
3. - L'animation	6
4. - Le contenu de l'activité éducative	9
5. - L'intervention par les médias	11
6. - La participation	15
7. - L'aspect administratif	16
8. - La recherche	18

Au moment de mettre le point final à notre expérience de chercheurs au Service de Recherche et d'Evaluation de Multi-Media, nous[1] ressentons une certaine frustration, car il nous apparaît que, confinés de façon stricte à notre rôle de chercheurs et surtout à une interprétation limitative de ce rôle, nous n'avons pu faire part de nos observations sur divers aspects de ce programme. D'autres personnes qui ne jouissaient pas de notre situation privilégiée d'observateurs très rapprochés de l'action mais non impliqués dans celle-ci, ont déjà rédigé le bilan de leur expérience; nous entendons maintenant faire de même. Les aspects positifs, réels ou escomptés, de Multi-Media ayant été maintes fois vantés, nous ne croyons pas nécessaire d'y revenir. Il ne faudra donc pas s'étonner si le ton est plutôt négatif, car nous voulons justement mettre en évidence quelques faiblesses fondamentales qui ont miné les chances de succès de Multi-Media tout le long de son existence. Plus particulièrement, ce document constituera notre bilan de l'utilisation qu'on a faite de la recherche à Multi-Media.

1) <u>L'idéologie éducative</u>

Une des constatations les plus importantes que nous avons faites concerne le caractère flou et hétéroclite de l'idéologie éducative de Multi-Media. Lorsque nous en avons fait une analyse conceptuelle en vue d'évaluer son opérationnalisation[2], nous avons été frappés par l'absence de rigueur dans le choix des buts éducatifs poursuivis par ce programme. Les concepts de base de Multi-Media nous semblent

---

1 Les trois agents de recherche encore en fonction.

2 Puisque nous n'avions pas participé à l'élaboration de cette idéologie.

presque avoir été sélectionnés au hasard de discussions alimentées par la lecture de divers auteurs (C.Rogers, I.Illich, A.S. Neill, P. Freire, etc.) ; ces discussions semblent par ailleurs avoir été en quelque sorte circonscrites par le courant de "la crise de l'Ecole" et plus particulièrement par le constat de la relative inefficacité de l'Ecole en milieux défavorisés. Les idées de ces auteurs ont finalement été dégagées de leur contexte original et plaquées sur une stratégie d'intervention en milieux défavorisés qui fait table rase des moyens utilisés par le système scolaire traditionnel et se fonde plutôt sur certains moyens novateurs en éducation.

C'est ainsi qu'à Multi-Media la non-directivité devait favoriser l'émergence des besoins en éliminant la relation "aliénante" enseignant-enseigné; c'est ainsi également que l'apprentissage devait être favorisé par l'intégration du vécu des participants et par un développement interactif entre l'individu et son milieu; en principe, toute cette démarche était mise en oeuvre par les techniques d'animation. C'est ainsi encore que les médias, surtout l'omniprésente télévision, devenaient des instruments privilégiés du Programme.

Comme on peut le constater, nombre de courants d'idées sur l'école ont influencé l'élaboration de la démarche pédagogique que Multi-Media proposait à sa clientèle, mais le trait original de cette démarche devait justement être de regrouper ces divers courants d'idées en un modèle cohérent. Malheureusement, cet ensemble d'orientations pédagogiques (dont certaines sont d'ailleurs discutables et fort discutées) nous semble à la fois trop vaste et trop ambitieux pour qu'un seul programme d'intervention éducative puisse en faire la synthèse. De plus, l'application concrète de ces orientations

pédagogiques ne va pas de soi et elle aurait exigé une plus grande réflexion quant aux résultats qu'on peut en attendre de façon réaliste. En fait, nous avons toujours été étonnés que l'on ait si peu tenu compte des limites prévisibles de ces innovations pédagogiques, particulièrement en regard de la clientèle visée par le Programme.

Quoi qu'il en soit, pour qu'il y ait au moins une apparence de synthèse dans cet amalgame de postulats pédagogiques novateurs, il a fallu que chacun d'entre eux soit défini de façon plutôt large, pour ne pas dire floue, afin de permettre sa coexistence avec les autres. L'interprétation plus précise de ce que signifiait concrètement ce complexe modèle pédagogique revenait toujours à la Direction du Programme. En fait, profitant des contours flous des concepts et de l'absence d'une articulation clairement définie de ces concepts entre eux, la Direction modifia parfois sensiblement sa définition de certains concepts au gré du vent politique, des aléas administratifs, des résultats de recherche contrariants, etc. De leur côté, les équipes du Programme (animation, médias et recherche) perdirent un temps précieux et beaucoup d'énergie et d'enthousiasme à essayer de clarifier la démarche pédagogique proposée par Multi-Media et d'en remettre en question certains éléments, pour finalement toujours constater que le pouvoir de définition et de réorientation leur échappait complètement.

Cette situation avait des conséquences supplémentaires pour le Service de recherche et d'évaluation: les démarches de cueillette de données étaient en effet parfois considérées par les autres services comme des enquêtes policières visant à mettre à jour les failles dans la croyance aux dogmes de Multi-Media.

L'expérience que nous avons vécue à Multi-Media met en évidence la nécessité pour de tels programmes d'éducation populaire de faire une analyse conceptuelle rigoureuse de leurs postulats de base avant toute intervention, de façon à en évaluer théoriquement les objectifs, puis, ceux-ci étant clairement fixés, de procéder à une véritable expérimentation .

2) La clientèle

A l'instar de plusieurs autres aspects du Programme, la clientèle visée par Multi-Media n'était pas définie de façon très précise. En tout cas, la clientèle-cible était en principe constituée de personnes défavorisées. Le plus souvent, cette expression recouvrait les "sous-scolarisés", c'est-à-dire ceux qui n'ont pas complété (ou qui n'ont complété que) leurs études primaires. Cependant, tel un caméléon qui s'adapterait aux contraintes politiques et administratives, aux intuitions de tout un chacun, à des résultats d'intervention contrariants, etc., la clientèle de Multi-Media devenait tantôt les chômeurs ou les assistés-sociaux, tantôt les femmes chefs de ménage, tantôt les travailleurs de secteurs industriels déclinants ou les travailleurs non-syndiqués, etc. En l'absence d'une réflexion préalable qui aurait défini de façon précise les objectifs de clientèle du Programme (à l'aide d'études exploratoires, si nécessaire), ces objectifs étaient donc relativement flous et ils furent plusieurs fois redéfinis au gré d'une réalité changeante.

Cette imprécision des objectifs de clientèle entraînait évidemment des problèmes au niveau des interventions: avec qui les animateurs devaient-ils travailler? à qui s'adressaient les émissions de télévision? et au niveau des résultats de ces interventions: était-ce

un succès ou un échec que de rejoindre une clientèle majoritairement féminine? ou une clientèle ayant une scolarité moyenne de 10 années?, etc. L'absence de consensus sur les réponses à ces questions donnait libre cours à divers types d'interventions, à diverses interprétations des résultats de ces interventions, et éventuellement à des conflits à cause de ces différentes prises de position (de la Direction, des services techniques et des équipes régionales), sans qu'il y ait jamais une véritable expérimentation.

De plus, puisque leur objectif de travail était en quelque sorte aussi indéterminé, la Direction et les équipes régionales avaient une attitude ambivalente par rapport aux recherches sur la clientèle rejointe: ils souhaitaient légitimement avoir des données sur leur clientèle réelle, mais ils redoutaient toujours un peu ce type de recherche car l'évaluation (de l'impact du Programme ou de leur intervention propre) qui en serait tirée était très problématique.

Cette attitude ambivalente se concrétisait par une espèce d'immobilisme lorsqu'il s'agissait de mettre sur pied des instruments de cueillette d'information sur la clientèle participante. C'est ainsi, par exemple, que le Service de recherche dut faire pression sur presque tous les niveaux du Programme pour que la fiche administrative des inscrits[1] comporte des questions sur le sexe, l'âge, la scolarité et l'occupation, alors que les réponses à ces questions représentaient pourtant un strict minimum d'informations permettant de tracer le profil de la clientèle. Autre exemple:

---

1 Il s'agit des personnes qui s'abonnaient à la Gazette de Multi-Media en remplissant une fiche, soit par téléphone, soit par courrier.

il n'y eut jamais de fiche sur les membres des groupes de travail; ce n'est qu'en 1976, sur ordre de la Direction[1], que les équipes régionales nous fournirent finalement des listes de ces participants.

Somme toute, Multi-Media n'a jamais défini clairement et de façon définitive quelle clientèle il visait, ce qui a entraîné de multiples flottements et affrontements à l'intérieur du Programme, et nous a rendu très difficile la tâche de mesurer et d'évaluer la clientèle rejointe.

3) L'animation

Le programme Multi-Media a été lancé dans la foulée de Têvec et de l'engouement pour l'animation, particulièrement l'animation sociale. Si cette filiation est en soi assez évidente, il semble cependant qu'elle n'a pas donné lieu à la profonde réflexion qui seule aurait permis de préciser le sens et les limites de cette intervention pédagogique par l'animation.

En principe, Multi-Media a opté pour l'animation pédagogique, plutôt que pour l'animation sociale ou communautaire. En pratique, cela n'était pourtant pas aussi clair. Mentionnons, par exemple, la composition des équipes d'animation: on y comptait des personnes venant aussi bien du milieu de l'animation sociale que de l'enseignement traditionnel. Cet éclectisme n'était pas en soi nécessairement nuisible au Programme, car la souplesse des individus

---

1 Elle-même n'avait d'ailleurs plus le choix, l'exécution de la recherche sur "la démarche éducative de la clientèle de Multi-Media" (que la Direction avait contribué à mettre sur pied) nécessitant l'existence d'une liste de ces participants.

peut facilement leur permettre d'adopter différentes techniques et même différents objectifs de travail. Cependant, comme il n'y avait justement pas de véritable définition du rôle pédagogique de l'animation à Multi-Media, chaque équipe régionale finissait par se dégager un consensus sur une forme d'animation plus ou moins pédagogique, et plus ou moins sociale, au gré des animateurs et du coordonnateur régional. On ne faisait donc pas l'expérimentation d'un modèle unique et précis d'animation pédagogique, mais plutôt la mise en oeuvre de différentes conceptions de l'animation.

Ces écarts ne manquèrent pas de provoquer de nombreux tiraillements entre la Direction du Programme (qui avait sa propre interprétation de l'animation pédagogique) et certaines équipes régionales. Leurs relations s'envenimèrent davantage lorsque des contraintes administratives amenèrent la Direction à accélérer le développement du Programme (passage de groupes travaillant avec un animateur à des groupes autonomes, passage à des projets dits longs, caractérisés par l'utilisation plus systématique des mass-media, etc.), alors que dans l'ensemble, les animateurs estimaient que les premières expériences n'avaient pas été suffisamment assimilées. Ces conflits furent assez forts pour provoquer, dans le cas le plus extrême, la scission, puis la disparition pure et simple d'une équipe d'animation.

De toute façon, nous croyons qu'il n'y a pas eu d'évaluation préalable de l'impact qu'on pouvait légitimement espérer de ces techniques d'animation pédagogique lorsqu'elles sont utilisées auprès de personnes défavorisées. En effet, à la lumière de la connaissance sociologique, nous faisons l'hypothèse que ces techniques d'animation (d'inspiration rogérienne, entre autres) qui privilégient

une approche non-directive, l'expression personnelle, l'auto-détermination des besoins, l'apprentissage relié au vécu, etc. sont intimement liées à des valeurs et à des aptitudes acquises caractéristiques de la classe moyenne ou, à tout le moins de personnes jouissant d'un niveau de scolarité relativement élevé. Comme Multi-Media visait de façon prioritaire une clientèle défavorisée, souvent définie par sa sous-scolarisation, il aurait été nécessaire de réfléchir aux modifications qu'il fallait apporter à ces techniques d'animation pour qu'elles aient quelque chance de succès lorsqu'elles étaient mises appliquées dans un contexte social complètement différent de celui dans lequel elles avaient d'abord été expérimentées. Rien de cela ne fut fait et toutes les contradictions prévisibles éclatèrent sur le terrain.

Le modèle pédagogique proposé par Multi-Media impliquait par ailleurs la jonction des interventions d'animation et des interventions par les médias. Or, cette jonction, qui n'allait pourtant pas de soi, n'était à peu près pas définie théoriquement et ne s'est pratiquement jamais concrétisée sur le terrain. En effet, en l'absence d'une définition précise qui aurait servi de référence commune sur ce que devaient être le sens et les limites de cette jonction de deux types d'interventions très différents, les équipes d'animation et des médias furent réduites, sauf quelques heureuses exceptions, à fonctionner de façon plus ou moins parallèle et parfois même ouvertement conflictuelle.

Les relations étaient également houleuses entre l'animation et la recherche. D'une part, plusieurs équipes régionales voulaient voir que des agents de recherche soient affectés à l'animation, ce qui

est incompatible avec un recul nécessaire à la recherche pour mieux saisir le réel, sans compter qu'il y avait là une tendance à nous transformer en documentalistes. D'autre part, dans la mesure où elle ne pouvait s'approprier la recherche, l'animation était portée à percevoir ce service comme un inspecteur menaçant (à la solde de la Direction) chargé d'évaluer le travail de chacun. En fin de compte, il ne nous fut jamais possible de jouer notre rôle d'outil permettant à l'animation d'expérimenter un modèle déterminé, puis d'ajuster ses interventions en fonction de l'expérience acquise.

Somme toute, l'animation à Multi-Media a toujours souffert de l'absence d'un modèle précis et d'une stratégie bien définie au niveau de son intervention propre d'une part, mais aussi au niveau d'une intervention plus globale impliquant d'autres services du Programme.

4) <u>Le contenu de l'activité éducative</u>

La non-directivité dans le choix du contenu de l'activité éducative nous est apparue comme un obstacle à la réussite de Multi-Media, étant donné la clientèle défavorisée visée par ce programme. Nous croyons en effet, rappelons-le, que cette technique d'animation fait appel à des valeurs et à des aptitudes acquises caractéristiques de la classe moyenne, mais plutôt rares chez une clientèle sous-scolarisée.

Multi-Media se trouvait ainsi à innover sur deux dimensions à la fois, soit la démarche éducative proprement dite et le contenu sur lequel portait cette démarche, ce qui a créé beaucoup d'insécurité autant chez les intervenants que chez les usagers. Cette généralisation de la non-directivité rendait en outre le recrutement

difficile, car peu nombreux étaient ceux qui voulaient spontanément participer à une démarche éducative portant sur "toutes sortes de contenus" et utilisant "n'importe quels moyens". Il nous semble qu'on aurait dû soit préciser davantage (ou même limiter) les moyens utilisables à l'intérieur de la démarche éducative proposée par Multi-Media, soit faire porter cette démarche uniquement sur un contenu socio-culturel déjà bien défini en éducation des adultes, en tout cas, ne pas innover sur tous les plans à la fois.

De plus, l'absence de détermination préalable du contenu de l'activité éducative rendait parfois le Programme fragile devant l'influence prépondérante de quelques participants. Ceux qui jouissaient d'un certain pouvoir dans la structure de participation pouvaient en effet orienter la définition du contenu des interventions-média (celles-ci étant plus ou moins l'activité éducative centrale lors des projets de longue durée) sans être vraiment représentatifs des usagers. Mentionnons, par exemple, la série d'émissions sur la santé: ces émissions ont été orientées essentiellement sur la santé mentale, un problème de santé réel mais qui n'est sûrement pas le plus important chez la clientèle de Multi-Media.

Cette situation était rendue possible par le fait que la détermination du contenu des interventions-média constituait pratiquement le seul bastion du pouvoir des membres de la structure de participation et qu'on a alourdi la démarche consultative à l'excès pour ne pas engendrer de conflits politiques internes. On s'est ainsi privé de moyens de consultation beaucoup plus simples qui auraient facilement pu être élaborés en collaboration avec le Service de recherche et qui auraient probablement dégagé des contenus

déviant moins des préoccupations de l'usager moyen. Les membres de la structure de participation y auraient perdu peu de pouvoir réel, puisque, sauf quelques rares expériences, ce pouvoir se résumait effectivement à peu près au simple choix des thèmes des interventions éducatives par les médias, car seul le personnel du Programme avait accès aux diverses ressources nécessaires pour traduire ces thèmes en objectifs d'activité éducative, en moyens pour atteindre ces objectifs, etc.

5) L'intervention par les médias

Lorsqu'on analyse rétroactivement Multi-Media du point de vue de l'intervention-media, on est là aussi frappé par l'absence d'une profonde réflexion théorique préalable à cette intervention, et conséquemment par l'absence d'une véritable stratégie d'intervention éducative par les médias. Il semble qu'on n'a pas vraiment essayé de répondre à certaines questions pourtant capitales avant de s'engager dans l'action. Par exemple, la télévision peut-elle, plus que l'école, être un lieu d'apprentissage pour une clientèle sous-scolarisée? A quelles conditions un medium de masse peut-il avoir un impact différent lorsqu'utilisé par un programme de formation des adultes, en comparaison avec l'impact qu'il peut avoir lorsqu'utilisé à des fins mercantiles ou même d'information générale? Les media-outils ont-ils une véritable vocation pédagogique auprès de la clientèle visée? Quels sont les prérequis organisationnels pour que s'effectue l'articulation des différents moyens, technologiques et humains, mis en oeuvre par le Programme? Cette liste de questions sans réponses pourrait facilement être allongée. Retenons-en que Multi-Media s'est lancé dans une série d'interventions-media sans

vraiment réfléchir sur ce qu'il pouvait espérer comme impact auprès de sa clientèle, ni sur comment il pouvait espérer obtenir cet impact.

Multi-Media a donc produit des émissions de télévision éducative, mais n'a pas mis en oeuvre une véritable stratégie pour créer un environnement éducatif spécifique à sa clientèle (on peut songer à des visiteurs à domicile, à des téléclubs, bref à toute forme d'ancrage des messages par un support interpersonnel). La très grande majorité des téléspectateurs n'auront donc pas plus appris par une émission de Multi-Media que par n'importe quelle émission à caractère informatif venant de n'importe quelle source. De plus, dans une telle situation d'isolement face au moyen technologique, ce sont justement ceux auxquels Multi-Media veut le plus apprendre, les sous-scolarisés, qui, précisément à cause de leur sous-scolarisation, peuvent le moins apprendre.

Le même raisonnement s'applique pour la Gazette qui, en l'absence d'un environnement éducatif permettant l'échange sur son contenu, plaçait la très grande majorité de ses lecteurs dans une situation d'apprentissage tout à fait comparable à celle du lecteur de n'importe quel quotidien; les plus défavorisés par une telle situation d'isolement sont encore ceux auxquels Multi-Media veut le plus apprendre, les sous-scolarisés.

Il faut dire que la complémentarité articulée des différents moyens pédagogiques pouvait difficilement se réaliser car au niveau du personnel du projet lui-même, les équipes concernées fonctionnaient en parallèle, quand ce n'était pas en opposition: les équipes d'animation étant régionalisées alors que l'équipe des médias était centralisée, il y avait en effet dès le départ une mise en situation structurelle potentiellement très conflictuelle. C'est ainsi qu'une

décision du Comité opérationnel imposant l'intervention par les mass-media plutôt que par les média-outils, mina pour longtemps ce qui aurait dû être l'essentielle collaboration entre les moyens humains (l'animation) et les moyens technologiques (les médias). Multi-Média se retrouvait donc concrètement avec deux clientèles séparées, celle de l'animation et celle des médias, et lorsqu'on invitait les téléspectateurs à se joindre à des groupes de travail de Multi-Média, ceux qui répondaient à cet appel faisaient très souvent l'expérience démobilisante d'une absence presque complète de structure d'accueil.

Par ailleurs, à cause de son incapacité d'intégrer à ses prises de décision l'information en retour que lui fournissait la Recherche par ses analyses de l'impact des émissions, Multi-Média n'a pas pu se baser sur une véritable connaissance des capacités d'apprentissage de sa clientèle pour optimaliser la présentation des contenus dans ses interventions-télévision. Les plus pénalisés par ce fonctionnement aveugle furent encore les sous-scolarisés, la clientèle-cible, puisque l'erreur la plus courante consistait justement à surestimer leur capacité d'apprentissage et à brouiller le message par un niveau de difficulté trop élevé. En fait, Multi-Média aurait dû idéalement pouvoir se guider sur une information préalable (telle que fournie par des "prétests" d'émissions, par exemple) afin d'ajuster la présentation des contenus à la capacité d'apprentissage initiale de sa clientèle.

De plus, lorsqu'il s'agissait de choisir un canal et une heure pour diffuser, les décisions ont souvent été malheureuses, que ce soit à cause d'un manque de planification, de pressions politiques, ou pour toute autre raison. C'est ainsi qu'on ne choisissait pas toujours le canal ou l'heure qui auraient permis la clientèle la plus

représentative possible de la clientèle-cible: Radio-Québec dont la mini-clientèle est trop scolarisée; le canal 10 et sa clientèle moins scolarisée, mais à 11h 30 le matin lorsque le public est surtout composé de ménagères occupées à préparer le repas du midi, etc. Il était pourtant évident qu'avec ses moyens limités, Multi-Media ne pouvait créer un évènement sur les ondes et attirer par lui-même la clientèle qu'il voulait rejoindre, mais qu'en fait, il devait plutôt investir au maximum dans le choix de la clientèle la plus représentative de sa clientèle-cible, parmi les clientèles relativement captives des divers canaux.

Mentionnons finalement que nous avons tout de même réussi à élaborer des instruments de mesure qui nous ont permis de déterminer que certaines façons de présenter le message peuvent améliorer l'efficacité de ce genre d'émissions éducatives. Cela, malgré que la Direction du Programme ait mise en doute la pertinence de ces recherches dans un domaine où, selon elle, l'intuition de l'émetteur devait régner de façon absolue.

Nous avons en outre pu élaborer certaines mesures de l'atteinte des objectifs pédagogiques des émissions, même si dans ce domaine de la formation par des matières non-scolaires, plusieurs étaient plutôt d'avis qu'on devait se contenter de l'évaluation sommaire de l'un ou de l'autre. Ces résultats appréciables furent atteints en bonne partie grâce à la collaboration de l'équipe des médias au niveau de la collecte des données.

On peut conclure qu'il en fut pour les [illegible] as comme pour les autres aspects du Programme: Multi-Media n'a pas réussi à intégrer son service de Recherche pour s'aider dans sa réflexion avant et pendant l'intervention.

6) La participation

La participation était un élément essentiel du modèle pédagogique proposé par Multi-Media, mais elle nous est apparue comme un échec sur plusieurs plans. Dans les groupes de travail, nous avons pu évaluer que la participation n'amenait qu'une minorité de personnes à s'approprier leur démarche éducative, celle-ci demeurant fondamentalement dirigée par l'animateur. De même, aux échelons plus élevés de la structure de participation (comités locaux, comités régionaux et commission administrative), notre présence occasionnelle lors de réunions de travail nous a permis de constater que la participation était souvent un leurre, car les participants n'avaient tout simplement pas la formation professionnelle et l'accès aux diverses ressources qui se révélaient essentielles pour prendre rapidement des décisions éclairées.

Il ne faudrait pourtant pas croire que la participation à Multi-Media n'a pas eu d'effets positifs. Si elles sont la minorité, il n'en reste pas moins que plusieurs personnes semblent avoir pris leur activité éducative en main de façon relativement autonome. De plus, pour les membres de la structure de participation, le simple fait d'être présent à des niveaux décisionnels, donc prestigieux, favorisait une valorisation d'eux-mêmes non négligeable dans leur recherche d'autonomie. Cette structure de participation a par ailleurs servi de courroie de transmission permettant aux usagers d'intégrer efficacement les orientations et les normes du Programme.

Dans l'ensemble, Multi-Media se trouvait cependant à véhiculer un modèle de participation décisionnelle que les contraintes bureaucratiques et hiérarchiques inhérentes à son statut d'organisme gouvernemental rendaient pratiquement utopique. Cette inadéquation du modèle de participation par rapport à la réalité organisationnelle entraînait des frustrations multiples chez les participants puisqu'ils étaient constamment distanciés des enjeux réels du Programme.

7) L'aspect administratif

Il apparaît que quelques-unes des conditions nécessaires à une véritable expérimentation de Multi-Media tenaient à l'élaboration d'un régime administratif approprié. Le bilan est encore une fois plutôt négatif.

Du point de vue du personnel d'abord: statuts d'occasionnels, renouvellements de contrats incertains, retards dans le versement des salaires, durée du programme souvent remise en question, etc., tout contribuait à la démobilisation et au flottement, et même à des nombreuses démissions, de telle sorte que l'accumulation de l'expérience s'en trouvait d'autant compromise.

Du point de vue des participants aussi: Multi-Media aurait dû avoir suffisamment de souplesse administrative pour que ces personnes soient promptement remboursées pour les frais qu'elles encouraient dans le cadre de leur participation. Or, ce n'est qu'après des mois sinon des années de frustrations et de luttes que fut trouvée une formule assez souple pour régler ce problème.

Du point de vue des interventions-media également: alors qu'il aurait été important qu'il n'y ait pas d'anicroches administratives dans la production et la diffusion des ressources éducatives médias, il est arrivé à certaines occasions que la Gazette (en principe un document d'accompagnement) ne paraisse qu'une ou deux semaines après l'émission sur laquelle elle portait. La même remarque vaut pour la publicité: des centaines d'affiches ne sont devenues disponibles qu'après le projet dont elles devaient faire la publicité. Ces problèmes étaient pour la plupart attribuables à des retards indus dans le déblocage de fonds pour l'engagement de certaines personnes ou pour l'achat de matériel requis.

Un autre problème vécu par l'ensemble du personnel fut l'obligation de se plier à une méthode de programmation qui, considérant les efforts et le temps requis par cette opération et le peu de résultats qu'elle a donnés, a pris l'allure d'un parachutage administratif plutôt raté. En fait, il nous semble qu'on aurait beaucoup mieux fait de consacrer ce temps et ces efforts à une formule plus souple permettant la réflexion sur le chemin parcouru et l'établissement d'un programme d'action qui tiendrait compte de cette réflexion.

Enfin, il nous semble qu'une évaluation de l'ensemble du fonctionnement administratif du Programme s'imposait; de plus nous croyons que l'ensemble de l'entreprise Multi-Media aurait dû faire l'objet d'une analyse du type coûts/bénéfices. Le service de Recherche ne comptait personne ayant la formation qui permet de faire une analyse rigoureuse de ce type; nous exprimons tout de même l'opinion que, considérant les budgets de fonctionnement de Multi-Media (environ $2 millions annuellement) et le petit nombre de personnes qui y ont fait un apprentissage tel qu'elles n'auraient pas pu y arriver par le réseau régulier d'éducation des adultes ou tout simplement en regardant la télévision et en lisant les journaux, Multi-Media est un programme très dispendieux.

8) La recherche

Dans le document "Multi-Media: du projet au Programme", le secteur Recherche était défini avant tout comme une contribution spécifique à l'action; on y privilégiait ainsi une perspective de recherche-action par rapport à d'autres perspectives possibles (recherche fondamentale, recherche opérationnelle, etc.). Si on insistait beaucoup dans cette définition préalable sur la nécessité d'intégrer la recherche dans l'action, il n'en fut pas du tout ainsi au niveau du fonctionnement concret du Programme tel que l'avons vécu. En fait, tout s'est plutôt passé comme si le véritable objectif était que la recherche ne soit pas intégrée à l'action.

C'est ainsi par exemple que les quatre agents de recherche prévus ne furent engagés qu'à l'hiver 1974, alors que les premières interventions de Multi-Media dataient de l'été 1973. Le Programme était en fait déjà rendu à sa phase II et plusieurs énergies étaient consacrées à la préparation de la troisième et dernière phase, prévue pour l'automne 1974. La mise en application du Programme était donc tellement avancée qu'il devenait concrètement impossible pour le Service de recherche de remplir une des fonctions qu'on lui avait attribuées, celle de "CRITIQUE FONDAMENTALE pour la réinterrogation constante des postulats de base du Programme et de leur agencement aux processus d'organisation du Programme".

Ce retard dans l'engagement du personnel signifiait également que le Programme avait vécu une bonne partie de son expérimentation sans les apports que le Service de recherche aurait pu

lui faire, sous forme d'INFORMATION précédant les prises de décision prévisibles, de RETROACTION SYSTEMATISEE pour la régulation des opérations, et de CRITIQUE DES SOUS-OBJECTIFS d'action poursuivis et des mécanismes utilisés pour les atteindre.

En fait, même après que l'engagement du personnel fut complété, il n'y eut de toutes façons qu'une faible insertion du Service dans le Programme. Alors que la contribution de la Recherche à l'action impliquait nécessairement la présence d'un représentant du Service sur le Comité de coordination (lieu des prises de décisions reliées à l'organisation concrète et au fonctionnement quotidien de l'ensemble des opérations), cette présence ne fut admise qu'après quelques mois de lutte.

Ce dernier point est représentatif de l'état d'esprit qui régnait dans le Programme. L'interrogation-critique de l'idéologie éducative était en effet pratiquement toujours perçue comme une forme de délinquance, car les missionnaires conceptuels allaient sûrement récolter un jour les fruits de leur labeur!

On peut encore souligner que non seulement on n'avait pas prévu de lieu, mais on n'avait également pas prévu de temps pour l'intégration des informations et des critiques au processus de décision. C'est ainsi que malgré les efforts des chercheurs pour remettre leurs résultats dans des délais et dans un langage acceptables par les équipes d'action, le processus de décision du Programme manifestait une incapacité presque totale d'intégrer ces informations et de réagir en temps utile.

Cette non-intégration de la Recherche ne se vivait pas uniquement au niveau de la diffusion et de l'utilisation des résultats mais aussi, préalablement, au niveau de la cueillette des données. Comme on n'avait pas prévu de modalités précises de collaboration de la Recherche avec les autres équipes, les relations étaient plutôt laissées au gré des diverses perceptions qu'on se faisait de la Recherche: certains y voyaient une caution scientifique de l'action, d'autres un service de consultants, plusieurs une équipe d'enquêteurs sur la qualité de leur travail, etc. Les perceptions allaient du juste à l'erroné, en passant par le positif et le négatif. Dans ces conditions floues et variables, la cueillette des données s'est toujours avérée facile avec l'équipe des médias mais difficile avec les équipes d'animation qui retardaient indûment, lorsqu'elles ne rendaient pas impossible, la compilation de statistiques minimales sur la clientèle participante, l'étude de l'opérationnalisation de certains axes pédagogiques (tels que le comité local et la personne-ressource), etc.

Somme toute, alors que Multi-Media se présentait comme un programme expérimental et qu'il devait donc s'autoéduquer à même sa propre expérience, grâce en bonne partie à l'information en retour que lui fournirait la Recherche, il fut plutôt un programme aléatoire, souvent guidé par l'improvisation pour la survie ou la croyance rigide dans certains principes et fermant presque toujours les yeux sur les résultats de ses interventions.

Bien que les membres de l'équipe de recherche de TEVEC aient tiré de leur expérience un ensemble de recommandations très pertinentes en vue de l'orientation et de l'organisation de la recherche à Multi-Media, nous constatons à regret qu'on a fait comme si aucune expérience antérieure ne permettait de prévoir un mode de fonctionnement efficace.

S'il y a éventuellement une mise sur pied d'un nouveau programme dans la lignée de Multi-Media, nous proposons qu'on tienne effectivement compte de notre expérience, car nous continuons de croire que la présence d'un Service de recherche est essentielle à une expérimentation rigoureuse de tels programmes et que c'est uniquement lorsqu'on se donnera les moyens pour réellement intégrer la recherche à l'action que l'on pourra tirer tous les bénéfices de l'existence d'un Service de recherche.